

MISIJNÁ STRATÉGIA

Téma 12



AKO MÔŽEME DOSPIEŤ K BIBLICKEJ A KOMPLEXNEJ MISIJNEJ STRATÉGIÍ?

Prehľad:

V tejto téme preskúmate biblický vzor pre tvorbu misijnej stratégie. V závislosti od vašej skupiny krok za krokom preberiete proces formulácie misijnej stratégie pre váš miestny zbor alebo konkrétnu službu, v ktorej ste zapojený. Na záver zvážite dopady tejto stratégie na vás a zhodnotíte zmeny, ktoré tento kurz ako celok spôsobil vo vašom živote a zmýšľaní.

Ciele:

Pomôcť zborovým vedúcim:

- Vytvoriť misijnú stratégiu pre ich misijný tím alebo pre ich zbor.
- Zhodnotiť dopad kurzu *Misia* na ich život a život ich zboru alebo služobného tímu.

Možné výsledky:

Zboroví vedúci:

- Sformulujú misijnú stratégiu pre ich služobný tím alebo zbor.
- Podniknú prvé kroky k realizácii tejto stratégie.

Poznámka: Celkový dopad misie cirkvi je veľmi dôležitá téma o vzťahu k činom a vodcovstvu. Navrhujeme, aby ste sa pozreli na komplementárnu lekciu k tejto téme v *Príručke pre starších, Téma 14: Majstri misie*. Táto téma sa zaoberá otázkou „Ako majú byť starší zapojení do misie?“ Táto téma taktiež obsahuje výborný príklad efektívneho príkladu pre svetovú misiu, ktorý vytvoril zbor McKinney Fellowship Bible Church v McKinney v Texase.

KROK 1: POCHOPENIE TÉMY

Na ktoré hlavné otázky sa treba zamerať?

Hlavné prvky témy

„A teraz čo?“ možno sa pýtate sami seba. „Prebrali sme obrovské množstvo tém, prečítali asi toľko ako je polovica Biblie, vytvorili misijný záväzok a preskúmali viacero dôležitých tém týkajúcich sa misie cirkvi. Ako to ukončíme?“ „Príklady zo života“ pomáhajú ilustrovať ďalšie kroky.

Výroky

(Výroky sú vyjadrenia, ktoré vás majú pomôcť uvažovať o tejto téme. Môžu a nemusia odrážať biblickú múdrosť.)

„Úžasnou vecou, vyplývajúcou z ľudského postavenia ako Božieho dieťaťa, je to, že žijeme každý deň, ako by bol náš posledný, ale robíme plány, ako by náš svet mal trvať sto rokov.

-C.S. Lewis, *God in the Dock*

„Napoleon videl Taliansko, ale nie Alpy; Washington videl pri Trentone nepriateľských hesenských žoldnierov. Iný muž by bol videl zamrznutú rieku Delaware. Väčšina vidí prekážky, niektoľkí vidia ciele; dejiny zaznamenávajú úspechy prvých, zatiaľ čo pre druhých je odmenou zabudnutie.“

-*Healthways*

„Najchudobnejší človek nie je ten, ktorý nemá ani cent, ale ten, ktorý nemá sny.“

-*Pennsylvania School Journal*

„Horizont prestáva byť horizontom, keď ho dosiahneš.“

-C.S. Lewis, *The Four Loves*

„Ak je vaším partnerom Boh, robte veľké plány.“

-D. L. Moody

Exituje obrovský rozdiel medzi človekom s víziou a vizionárom. Človek s víziou málo hovorí, ale veľa robí. Vizionár hovorí veľa, ale nerobí nič.

Príklady zo života

Dušan

Dušan opustil motorest a zamieril k diaľnici. Tešil sa na horúcu kávu a niekoľko hodín na ceste len pre seba skôr, ako sa bude musieť opäť ponoriť do zodpovedností, ktoré ho čakajú doma. Práve strávil dva dni v krásnom rekreačnom zariadení s misijným výborom pri štúdiu príručky „Získaj víziu pre svet!“ Odkedy sa Dušan stal kazateľom pre misiu v zbore Springfield Bible Church, cítil, že názov príručky dobre vystihoval, čo misijný výbor potreboval najviac.

Víkendový pobyt bol úspešný. Štúdium Biblie rozpútalo intenzívnu diskusiu a čo bolo dôležitejšie, úprimné vyznanie nedostatku viery a úprimnej modlitby za smer-

vanie a vedenie. Členovia výboru sa začali dobrovoľne deliť o svoje myšlienky, keď boli prinútení deliť sa o kúpeľňu. Záverečný piknik ukázal jednotu vo výbore a jednotný zmysel pre víziu ich zboru, čo predtým nebolo vidieť. Dušan sa musel usmievať, keď premýšľal o emotívnom lúčení dvoch či troch členov výboru. „Ako tínedžeri pri odchode z letného tábora“ pomyslel si, keď dosiahol maximálnu povolenú rýchlosť a nastavil tempomat. Odobral plastový vrchnáčik zo svojho pohára s kávou a opatrne si odchlípol. „Odišli sme s mnohými dobrými zámermi,“ vysvetľoval spätnému zrkadlu, „ale ako ich premeníme na činy?“

Zuzana a Karolína

Zuzana sa pozrela na Karolínu v zrkadle, keď stáli vedľa seba pri umývadle na dámskych toaletách. Malý záchvev hnevu, ktorý pocítila, keď Karolína vošla, sa pri počúvaní Karolíny rozplynul a Zuzana si uvedomila, že Karolína má pravdu. Príčinou problému bola sama Zuzana, nie misijný výbor. Bolo jej chybou, že stretnutie skončilo v takej negatívnej atmosfére.

Karolína hovorila s láskou, ale neústupne. „Práve si strávila štyri dni s neviem koľkými namotivovanými kresťanmi pri štúdiu Biblie, počúvaní príbehov misionárov z Thajska až po Timbuktu, modlitbe a plánovaní, ako osloviť svet pre Krista,“ povedala. „Zdá sa, že to bola úžasná konferencia. A áno, máš pravdu. Mal sa jej zúčastniť celý výbor. Škoda, že nakoniec si mohla ísť len ty jediná. Ale nemôžeš len tak prísť so zoznamom – koľko predsavzatí prijali - nejakých päť či šesť – a očakávať, že celý výbor sa hneď pridá! Ty si absolvovala celý proces štúdia, čo Biblia hovorí o povinnosti cirkvi nasledovať Veľké poverenie a hodiny si premýšľala o realizácii v miestnom zbere. Teším sa, Zuzi, že si pre to taká nadšená. Naozaj. Viem, ako si hľadala niečo praktické, čo výbor rozhybe, a neviem sa dočkať, kým budem počuť viac. Ale musíš dať zvyšku výboru čas, aby ťa dobehol. Prečo sa neopýtaš Jakuba, či by si nemohla viesť ďalšie stretnutie, aby si nás previedla tým, čo si sa naučila? Možno potom bude výbor ochotnejší prijať tvoje predsavzatia.“

Zuzana cítila úľavu, keď objala svoju dobrú priateľku. „Och, Karči,“ vzdychla si, „stala sa z teba odborníčka na ochraňovanie mňa samej pred mojím vlastným nadšením. Vďaka, že si za mnou prišla. „To je v poriadku,“ odvetila Karolína. „Vieš čo, pôjdeme za Jakubom spolu a ja ti pomôžem pripraviť a viesť nasledujúce stretnutie. Čo povieš?“

Teraz, keď ste sa pozreli na *Hlavné prvky témy, Výroky a Príklady zo života*, ktoré sú tie hlavné otázky, ktorým sa je potrebné venovať, aby ste pochopili túto tému?

KROK 2: ŠTÚDIUM PÍSM

Čo o tejto téme hovorí Biblia?

- Úloha vytvoriť misijnú stratégiu pre váš zbor vyžaduje veľa času a energie. Namiesto zdĺhavého štúdia Písma venujte niekoľko minút premýšľaniu o nasledujúcich oddieloch:

Genezis 11:4

Nehemiáš 6:16

Žalm 115:1

2 Korinťanom 4:7

Zjavenie 1:5-6

- Rozmýšľajte o nebezpečenstvách každého ľudského konania vrátane tvorby plánov pre váš zbor a proste Boha, aby očistil vaše motívy, keď začínate proces tvorby misijnej stratégie, aby vašou jedinou túžbou bolo priniesť Bohu väčšiu slávu a šíriť jeho kráľovstvo.

KROK 3: NAHLIADNUTIE DO INÝCH ZDROJOV **Čo sa môžeme naučiť od iných autorov?**

„Tvorba misijného plánu“ Aubery Malphurs.

Úryvok z 8. kapitoly knihy *Developing a Vision of Ministry for the 21st Century*, strany 193-200, 202-213 Copyright © 1992. V origináli použité z dovolením Baker Book House, Grand Rapids, MI. Všetky práva vyhradené.

Tvorba plánu služby

Aubrey Malphurs

Výhody plánu služby

Prečo tvoriť plán služby? Je to len pomôcka pre manažovanie alebo je naozaj nevyhnutný? Aký praktický význam mám pre vizionárske organizácie vedené sľubnými vizionárskymi vodcami? Hoci výhod je viacero, tento oddiel sa zaoberá štyrmi: porovnanie s realitou, formovanie budúcnosti, motivujúci postup a dôveryhodnosť služby.

Porovnanie s realitou

Jednou z výhod služobného plánu je, že dopĺňa víziu o užitočné porovnanie s realitou.¹ Venuje sa mnohým otázkam, ako napríklad, Je táto vízia reálna? Ako túto víziu budeme financovať? Máme dostatok vedúcich, aby sme túto víziu naplnili? Ak nie, ako ich získame? V skratke sa dá povedať, že plán slúži ako nevyhnutné prepojenie medzi abstraktným svetom snov a konkrétnym svetom reality. Tento plán, podobne ako žiariace slnko, často rýchlo rozpustí nočné sny.

Príklad tohto porovnania predstáva a reality nachádzame vo vodcovstve Nehemiáša. Kľúčovou zložkou jeho plánu bolo požiadať kráľa Artaxerxa, aby mu dovolil vrátiť sa do Jeruzalema a znovu postaviť múry a brány. Toto bola neuveriteľne odvážna žiadosť kvôli tomu, že pri minulej obnove múrov (Ezdráš 4:12) to bol práve Artaxerxes, ktorý vydal nariadenie, že musia prestať (Ezdráš 4:19-23). Nehemiáš požiadal kráľa, aby toto nariadenie odvolal, čo ho mohlo stať život. Obyčajnému mužovi sa to mohlo javiť ako nemožná úloha, ale Nehemiášovi nie. Kráľ, pravdaže, vyhovel jeho žiadosti (Nehemiáš 2:8), čo nielen že posilnilo plán a jeho napredovanie, ale slúžilo i na porovnanie vízie s realitou, vízie, že Židia

v Jeruzaleme budú duchovne obnovení a budú znova oslavovať svojho veľkého Boha.

Formovanie budúcnosti

Na svete je len málo ľudí, ktorí by nechceli mať aspoň nejakú možnosť rozhodovať o svojej budúcnosti. Tu ide o to, že sa to dá. Ďalšou z výhod tvorby služobného plánu je, že účastníci sa podieľajú na plánovaní svojej budúcnosti.

Niektorí ľudia majú reaktívny, pasívny postoj v živote všeobecne a obzvlášť k budúcnosti. Na budúcnosť sa pozerajú s postojom „čo má prísť, príde.“ Sú takými reagujúcimi pozorovateľmi života. Následkom toho sú riadení životom ako biliardové gule. V tomto prípade život drží tágo a určuje ich budúcnosť. Po tom, ako Nehemiáš počul o strašnej situácii v Jeruzaleme, si mohol dať pohov a čakať, že Boh niečo urobí. Ak za touto víziou Boh naozaj stojí, potom možno Artaxerxes prvý príde za ním a navrhne mu, aby znovu postavil múry a brány. Možno Židia, ktorí sa vyhli zajatiu, prevezmú iniciatívu a vyšlú k Nehemiášovi posla s prosbou, aby prišiel a predostrel svoju víziu a potom ich viedol k jej naplneniu. V oboch prípadoch si Nehemiáš mohol byť istý, že pri čakaní na Boha bol v tej vízii zahrnutý.

Iní ľudia v živote preferujú proaktívny prístup pred reaktívnym. Namiesť toho, aby nechali život a denné okolnosti riadiť ich budúcnosť, preberajú kontrolu a do istej miery rozhodujú o svojej budúcnosti. V tomto prípade sú to oni, ktorí držia tágo a len zriedkavo ich niečo prekvapí. Toto dosahujú prostredníctvom opatrného, tvorivého plánovania. Nehemiáš nečakal na nejaké znamenie alebo na Boží zázračný zásah. Namiesto čakania, že Boh ním pohne, si uvedomil, že Boh čaká na to,

¹ John P. Kotter, *A Force for Change* (New York: The Free Press, 1990), str. 39.

kedy sa pohne on, a preto prebral iniciatívu.

Musíme si uvedomiť, že náš Boh je iniciátor. Bol iniciatívny v stvorení sveta a ľudstva. Keď celá ľudská rasa v Adamovi odpadla od Boha, Boh bol iniciatívny a poslal na svet Spasiteľa, aby zomrel za svet. A je veľmi dôležité uvedomiť si, že toto sa udialo podľa vopred stanoveného plánu (Skutky 2:22, 23). Taktiež nám dal víziu Veľkého poverenia a dal nám pokyn ísť (Matúš 28:19; Marek 16:15) a nie čakať, že ľudia prídu za nami.

Motivujúci postup

Treťou výhodou tvorby plánu služby je, že dáva ľuďom do rúk príťažlivý, motivujúci postup. Toto vizuálne komunikuje ciele a zámery plánu a úlohy, ktoré majú oni v procese jeho napĺňania. Žiaden človek nie je schopný splniť sám tento plán. Aby sa to podarilo sú potrební ľudia, často mnoho ľudí. Plánovanie vytvára ciele služby, konkrétne kroky, ktoré treba urobiť a potrebné finančné zdroje, ktoré sú na dosiahnutie týchto cieľov a ďalších vecí nutné. Ale plánovanie taktiež zahrňa ľudí. Dôležitou súčasťou, ak nie najdôležitejšou, každého plánu sú ľudia alebo služobné spoločenstvo, ktoré sa na tom pláne podieľa. Je nevyhnutné, aby služobné spoločenstvo nie len poznalo plán, ale taktiež vedelo, ako sú do neho zapojení. Toto sa dá dosiahnuť tak, že dostanú do rúk kópiu dobre navrhnutého, inšpiratívneho plánu služby, aby ho mohli podľa vlastnej potreby používať.

Dôveryhodnosť služby

Štvrtou výhodou tvorby plánu služby je, že robí misijnú organizáciu dôveryhodnou. Jasný, komplexný plán hovorí kresťanskému i nie kresťanskému spoločenstvu, že táto služba sa nekoná „spakruky.“ O organizovaní tejto služby sa veľa starostlivo a užitočne premýšľalo. Jej vedúci si spravili svoje domáce úlohy. Vedia presne, kto je kto v ich pláne a kto má aké služobné schopnos-

ti. Presne vedia, kam smerujú, pretože vytvorili a sformulovali dôveryhodnú víziu a stratégiu, aby ju dosiahli. V neposlednom rade nie sú idealistickí, že by sa nezaoberali kritickou zložkou – financiami. Výsledok je dôveryhodnosť, čo prináša rešpekt, obdiv a dúfajme, že i osobný záväzok.

Dobre vytvorený plán môže byť obzvlášť dôležitý pre zbory a paracirkevné organizácie, ktoré zakladajú nové zbory. Tí, ktorí ich majú viesť, si musia uvedomiť dôležitosť nadobudnutia dôveryhodnosti. Takéto organizácie sú zo svojej podstaty nové a ešte nie osvedčené. Mnohí ľudia majú sklony držať sa obďaleč a sledovať, či tieto organizácie prežijú. Avšak to je presný opak toho, čo vedúci chcú. Oni chcú týchto ľudí pritiahnuť k nejakému zapojeniu sa do tejto organizácie. Jedným z dôležitých spôsobov, ako to dosiahnuť, je silne uveriteľný plán.

Hlavnou prekážkou pre zbory a paracirkevné organizácie, ktoré zakladajú nové zbory, je získavanie potenciálnych ľudí a financovanie počiatočných projektov. Tento typ služby nemôže začať ani prežiť bez ľudí. Oboje potrebuje personál a v prípade zakladania zborov dostatočne veľkú základnú skupinu ľudí. Niektoré štúdie dokonca ukazujú, že základná skupina musí pozostávať aspoň z päťdesiatich ľudí, aby prežila a rozrástla sa na väčší zbor.

Navyše, veľká skupina týchto služobných projektov nemôže začať a prežiť bez finančných prostriedkov. Financie sú nevyhnutné na zapltenie počiatočných výdavkov ako sú platy, priestory, reklama a iné. Dôveryhodnosť služby je nevyhnutná pre získavanie prostriedkov. Pre ľudí je priveľkým rizikom investovať peniaze a, čo je ešte drahšie, ich samých, do služby, ktorej dôveryhodnosť je otázná. Preddavok vo forme pozitívnej, lákavej vízie budúcnosti a jej doplňujúcej stratégie v podobe koherentného, príťažlivého plánu získava veľkú uveriteľnosť.

Faktory vplývajúce na plán služby

Ako sa taký plán vlastne tvorí? Aké faktory je potrebné zvážiť? Spomeňme aspoň štyri základné faktory v procese tvorby koherentného, príťažlivého plánu služby: časový rámec, proces, obsah a vzhľad.

Časový rámec

Hoci vízia zo svojej podstaty zahŕňa dlhšie časové obdobie niekoľkých rokov, plány sa musia sústrediť na časové rámce od niekoľkých mesiacov po pár rokov. Dôvodom je, že veľké zmeny stále vytvárajú dynamické prostredie. Očakáva sa neočakávané. Ale keď sa niečo neočakávané stane, plány sa najčastejšie musia zmeniť alebo zrušiť a musia sa vytvoriť nové. Kotter tvrdí, že niektoré firmy „považujú dlhodobé plánovanie za oxymoron.“² To má za následok, že hoci detailné plánovanie je v našej dynamickej kultúre dôležité, malo by byť na kratšiu dobu a nie na dlhšiu. Čokoľvek iné sa môže stať mrhaním ľudského času a energie a nakoniec prekaziť formovanie budúcnosti.

Proces

Vizionársky vodca a jeho plánujúci tím potrebujú prejsť tromi krokmi procesu plánovania. Prvým je určiť a potom zapísať ciele služby. Toto dáva odpoveď na dôležitú otázku: „Čo presne sa snažíme dosiahnuť?“ Zahŕňa to aktívne kroky, ktoré by mali byť doplnené o stručné vysvetlenie. Druhým krokom je tvorba kalendára udalostí. Toto dáva odpoveď na otázku: „Približne kedy sa to udeje?“ Berie do úvahy časový rámec plánu a cieľov služby a snaží sa určiť ich dátumy. Tretím krokom je tvorba rozpočtu. Toto odpovedá na otázku: „Koľko nás to bude stáť?“ Zameriava pozornosť na zdroje, ktoré sú potrebné na dosiahnutie cieľov služby v ich určených časových rámcoch.

² Tamtiež, str. 39.

Obsah

Obsah tlačenej podoby plánu služby obsahuje ciele, kalendár udalostí, rozpočet a ďalšie dôležité informácie.

Je dôležité pamätať na to, že obsah väčšiny plánov je nudná záležitosť a skôr spôsobuje nespavosť, než aby jej bránil. Nemusí to tak byť. Namiesto toho, ak je plán vo svojich formuláciách a grafike dobre navrhnutý, môže ľudí viesť k jeho realizácii. Ako príklad som priložil plán navrhnutý Markom Allenom na založenie zboru Midlothian Community Church v Brandermillskej komunite v Richmonde, Virginii [pozri pod tento článok, *Ed*].³ V zvyšnej časti tohto oddielu budem na tento plán odkazovať a odporúčam to i čitateľom pre maximálne porozumenie. Plán by mal obsahovať niekoľko položiek v správnom poradí.

Prvou vecou v obsahu plánu je vyhlásenie o potrebe, ktoré pozostáva zo všeobecného vysvetlenia túžby začať novú službu alebo zacielenia už existujúcej služby. Pri zakladaní zborov sa ľudia inštinktívne pýtajú: „Prečo tu niekto chce zakladať nový zbor? Nemáme tu už dosť zborov?“ Vyhlásenie o potrebe by malo túto otázku zodpovedať spôsobom, ktorý spôsobí, že ľudia budú čítať ďalej. Vyhlásenie o potrebe, ktoré má Midlothian Community Church je:

Kultúrne relevantný zbor, ktorý umožňuje veriacim v Midlothian na predmestí Richmodu vo Virginii osloviť okolitú komunitu ľudí nenaštevujúcich žiadny zbor.

Je široké v tom zmysle, že jeho zameraním je potreba v spoločnosti plniť Veľké poverenie. Avšak zároveň špecifikuje, že je tu potreba zboru, ktorý má kontakt so svojou kultúrou a je pre ňu relevantný. Taktiež vníma potrebu použiť veriacich na oslovenie špecifickej skupiny, teda ľudí bez zboru. Toto vyhlásenie má potenciál pritiahnúť ľudí k novej práci.

³ Používam to tu s jeho dovoľením.

Vyhlásenie o potrebe môže obsahovať ďalšie informácie ako sú súčasné trendy získané na základe demografických a sociologických štúdií. Dôvod, prečo ich spomenúť, je, že poskytujú štatistickú podporu pre myšlienku, že naozaj existuje špecifická potreba takéhoto typu zboru v komunite. Hoci väčšina ľudí nerozumie štatistickým informáciám, pripisujú im veľkú dôležitosť. Všimnite si, že Midlothianské vyhlásenie o potrebe sa zameriava na ľudí narodených počas „baby-boomu“⁴ a potom za účelom preukázania potreby zužuje svoje zameranie na konkrétnu komunitu.

Druhou vecou v obsahu plánu je vízia, ktorá poskytuje najlepšie riešenie pre sformulovanú potrebu. Začnite so sloganom vízie, nie s vyhlásením vízie. Dobré navrhnutý slogan priťahuje pozornosť a buď vyjadruje víziu, alebo pozýva ľudí, aby čítali ďalej. Po slogane by malo nasledovať komplexné vyhlásenie vízie v maximálne pár odsekoch. Toto poskytuje dodatočné informácie pre prípad, že ľudia nepochopia víziu zo samotného sloganu, alebo že budú zvedaví a budú chcieť viac informácií. Midlothianský slogan znie:

*Budovaním komunity
slúžiť komunite.*

Tento slogan je krátky a bije do očí. Taktiež používa obľúbený, relevantný pojem *komunita*, ktorý sa čím ďalej, tým viac používa v mnohých zboroch v Amerike a taktiež medzi ľuďmi, ktorí do zboru nepatria, ale sú si komunity viac vedomí.

Tretou vecou v obsahu plánu je stratégia, ktorá vysvetľuje, ako služba bude víziu realizovať. Midlothianské vyhlásenie o stratégii má päť častí. Každá dôsledne a dôvtipne využíva pojem *komunita* z vyhlásenia o vízii, rozvíja ho v každej stratégii a používa ho mierne odlišným spôsobom. Napríklad sa spomínajú základná komunita,

otvorená komunita, nová komunita, komunitné skupiny a služba komunite. Všetky sú rozdielne, ale i spojené do jedného balíčka rovnakým pojmom, ktorý taktiež všetkých päť spája so sloganom vízie.

Po midlothianskom vyhlásení o stratégii nasledujú dve ďalšie strany s ďalším objasnením stratégie. Prvá definuje termíny, aby čitateľ rozumel rôznym spôsobom použitia *komunity*. Druhá strana obsahuje grafiku, ktorá vizuálne vysvetľuje postupnosť krokov stratégie.

Štvrtou vecou v obsahu je vyhlásenie o cieľoch. Technicky tu začína fáza plánovania, ktoré má na starosti manažment. Tak vízia ako aj stratégia, ktoré má na starosti vedenie, predchádzajú tejto fáze a sústreďujú sa na ňu, aby sa dala realisticky uskutočniť.

Všimnite si presun od abstraktnej oblasti vízie a stratégie ku konkrétnej, praktickej oblasti plánovania a rozpočtov. Plán zároveň slúži na praktické porovnanie s realitou. Napríklad v midlothianskom zázname sa stratégia vypracovala induktívne a zahŕňala abstraktnú myšlienku o vytvorení základnej skupiny. Cieľ sa dosiahol deduktívne na základe stratégie a zahŕňal praktické kroky k rozpoznaní, získaniu a príprave dvadsiatich členov základnej skupiny.

Piatou vecou v pláne je kalendár udalostí. Vizionársky plánovač určí, dokedy sa má každý cieľ dosiahnuť. Znovu, na rozdiel od vyhlásenia o vízii, je časový rámeček podstatne menší. Midlothiansky dokument má kalendár založený na mesiacoch. V ľavom hornom rohu je legenda.

Šiestou vecou v obsahu plánu je rozpočet: prostriedky, ktoré budú potrebné, a zdroje týchto prostriedkov. Zbory a paracirkevné organizácie budú mať osobné a služobné výdavky. Etablované organizácie zvyčajne uvádzajú služobné výdavky a akékoľvek osobné výdavky sú zahrnuté v platoch. To, o čom sme hovorili, môžeme vidieť v nasledujúcom Midlothianskom dokumente [bez grafiky a kalendára udalostí, *Ed.*]...

⁴ Baby-Boom je obdobie po Druhej svetovej vojne charakteristické rapidným nárastom pôrodnosti v Amerike. Ľudia narodení v tomto období sú označovaní ako baby-boomers, pozn. prekl.

Midlothian Community Church

Desaťmesačný strategický plán
September 1990 – Jún 1991
(predbežná verzia)

Potreba:

Kultúrne relevantný zbor, ktorý umožňuje veriacim v Midlothian na predmestí Richmondu vo Virgínii osloviť okolitú komunitu ľudí nenavštevujúcich žiadny zbor.

Baby-Boomers:

- Odhadom 53 miliónov baby-boomerov nepatrí do žiadneho cirkevného zboru.
- Priemerný baby-boomer navštevuje zbor iba 6,2 krát ročne – čo je o viac než polovicu menej často ako ľudia pod 40 rokov.

Richmond:

- V richmondskej metropolitnej oblasti (populácia 550,000) slúži iba jeden absolvent Dallaského teologického seminára.

Okres Chesterfield:

- Niekoľko posledných rokov je okres Chesterfield jedným z najrýchlejšie rastúcich okresov v USA.
- Očakáva sa, že nasledujúci rok sa do okresu Chesterfield presťahuje osemtisíc ľudí.

Midlothian:

- Očakáva sa, že nasledujúci rok sa do predmestia Midlothian presťahuje dvetisíc ľudí.

Brandermill Community:

(miesto nového zboru)

- Osemdesiat percent obyvateľov Brandermill nepatrí do žiadneho cirkevného zboru.
- Osemdesiat deväť percent tvoria podnikatelia a odborníci.
- Päťdesiat percent sa do Brandermill presťahovalo z mesta.
- Priemerný vek je tridsaťštyri rokov.

Vízia:

Budovaním komunity slúžiť komunite

Víziou je kultúrne relevantný zbor s víziou opierajúcou sa o Veľké poverenie, ktorý zmocňuje ľudí k ohlasovaniu Krista cez dôležité vzťahy* s Bohom, inými veriacimi

a neveriacimi. Snom je vybudovať komunitný zbor, ktorý oslovuje komunitu ľudí nepatriacich do žiadneho zboru.

*Podľa Wina Arna, odborníka na rast zborov, 70 – 80 percent ľudí priťahovaných do zboru prichádza, pretože boli pozvaní cez vzťah so známym alebo príbuzným.

Stratégia:

Vytvoríť komunitu veriacich pripravenú oslovovať komunitu neveriacich:

1. cez tvorbu **Základnej komunity** (5 sep. – 6. jan.)
 - z ktorej sa sformuje vodcovská komunita troch manželských párov/slobodných (10. jan.)
 - ktorá bude mať na starosti mediálnu propagačnú kampaň (od 14. jan.)
2. cez poskytovanie **Otvorenej komunity**, do ktorej budú pozívaní hľadajúci ľudia bez zboru prostredníctvom osobných vzťahov so základnou komunitou a kontaktov získaných propagačnou mediálnou kampaňou (od 31. mar.)
3. cez poskytovanie **Novej komunity**, do ktorej budú veriaci pozívaní na moderné bohoslužby, relevantný výklad Biblie a zdieľanie vízie (od 1. mája)
4. cez **tvorbu troch Komunitných skupín** pre veriacich, ktorí sa túžia vzájomne povzbudzovať vo svojich vzťahoch s Bohom, s inými veriacimi a so známymi mimo cirkvi (od 6. júna)
 - ktoré budú pozostávať z členov pôvodnej základnej skupiny a novej vodcovskej komunity
 - ktoré budú vedené troma manželskými párami/slobodnými z vodcovskej komunity
5. cez **rozvíjanie služby Komunity**, pri ktorej veriaci v komunitných skupinách budú kreatívne oslovovať ľudí službou midlothianskej komunity (prvá komunitná služba po desaťmesačnom strategickom pláne)

Definície:

Základná komunita: Skupina veriacich žijúcich v cieľovej komunitě, ktorí poskytujú prvotné fyzické a duchovné zdroje na založenie zboru.

Vodcovská komunita: Vodcovský tím vybraný z pôvodnej základnej komunity a pozostávajúci z vodcov komunitných skupín.

Otvorená komunita: Služba zameraná na ľudí, ktorí skúmajú kresťanstvo a takisto pre tých, ktorí sa chcú učiť, ako aplikovať biblické princípy do každodenného života.

Nová komunita: Služba zameraná na veriacich, ktorí chcú prehľbovať svoj vzťah s Bohom cez moderné bohoslužby a relevantný výklad Biblie.

Komunitné skupiny: Skupinky 12-13 ľudí, zamerané na zlepšovanie rastu veriacich v ich vzťahoch s Bohom, inými veriacimi a známymi bez zboru.

Služba komunite: Kreativný spôsob oslovovania ľudí, vymyslený v komunitných skupinách, s cieľom slúžiť midlothianskej komunite.

Ciele:

1. Rozpoznať/získať/pripraviť 20 členov Základnej komunity (základná skupina)

Vlastnosti tejto skupiny:

- musia byť ochotní podieľať sa na vízii a zdieľať ju
- musia urobiť dlhodobý záväzok
- mali by sa zaviazat k nejakému spôsobu finančného podporovania
- mali by sa podieľať na mediálnej propagačnej kampani
- mali by slúžiť v otvorenej komunite a počas nej
- mali by sa pridať do novej komunity a komunitných skupín

2. Rozpoznať/pripraviť tri manželské páry/slobodných pre Vodcovskú komunitu (vedúci skupiniek)

Vlastnosti tejto skupiny:

- musia byť členmi základnej komunity
- musia mať vodcovské schopnosti v odovzdávaní a formovaní vízie
- musia sa zaviazat k vedeniu komunitnej skupiny

3. Pritiahnuť 150 ľudí bez zboru do Otvorenej komunity (služba pre hľadajúcich)

Vlastnosti tejto skupiny:

- ľudia bez zboru
- zaujímaví sa o cirkev v dôsledku vzťahu s členom základnej komunity alebo následkom mediálnej propagačnej kampane

4. Pritiahnuť 70 ľudí do Novej komunity (bohoslužby)

Vlastnosti tejto skupiny:

- musia ovládať víziu a podieľať sa na nej
- mali by túžiť uctievať Boha a aplikovať jeho Slovo
- mali by sa zaviazat k nejakému spôsobu finančného podporovania
- mali by zvažovať chodenie na komunitné skupiny

5. Vytvoriť tri komunitné skupiny z 12-13 veriacich (skupinky)

Vlastnosti tejto skupiny:

- musia sa zúčastňovať otvorenej a novej komunity
- musia byť ochotní podieľať sa na vízii a zdieľať ju
- musia byť ochotní pomáhať členom rásť v ich vzťahoch s Bohom, inými veriacimi v skupine a s ich priateľmi bez zboru.

Kalendár udalostí:

(neuvádzame, *ed.*)

Rozpočet:**Osobné výdavky:** 2 500 € mesačne.

- 40% sekulárne zamestnanie
- 20% podpora základnej komunity
- 40% iné zdroje (miestne zbory, jednotlivci...)

Po prvom roku:

- 70% podpora Midlothian Community Church
- 30% iné zdroje

Zborové výdavky:

- | | |
|--|----------------|
| • Mediálna propagačná kampaň | 5 000 € |
| • Publikácie (bulletíny, spravodaje, atď.) | 1 000 € |
| • Počítač a tlačiareň | 4 000 € |
| • Audiovizuálna technika/mikrofóny/hudba | 1 500 € |
| • Priestory na stretávanie | 3 500 € |
| • Deti a mládež* | <u>1 000 €</u> |

Spolu 16 000 €

* Ak chce zbor oslovit baby-boomerov, musí sa zaujímať o ich deti – o baby-busterov¹.

*

¹ Baby-bust je obdobie charakteristické značným poklesom pôrodnosti v Amerike približne od 1960 do 1980. Ľudia narodení v tomto období sú označovaní ako baby-busters, pozn. prekl.

KROK 4: PRÍPRAVA VLASTNEJ ODPOVEDE

Aké sú tvoje prvotné závery?

Duchovné formovanie

- Premýšľajte o tom, čo ste sa v tomto kurze naučili a identifikujte jeden alebo dva poznatky alebo presvedčenia, ktoré sa pre vás stali dôležitým dôsledkom vášho štúdia. Proste Boha, aby vám ich pomohol uviesť do praxe vo vašom živote a vašom zbore.

Hlbšie porozumenie

- Zopakujte si misijný záväzok, ktorý ste sformulovali v *Téme 6*.

Zručnejšia služba

- Vyberte si jeden z nasledujúcich projektov v závislosti od zloženia a cieľov skupiny, s ktorou prechádzate týmto kurzom. V oboch prípadoch buďte pripravený podeliť sa o svoje nápady s ďalšími členmi.
 - Pre pastoračné tímy, zhromaždenia, misiu, výbory a iné tímy vedúcich: Vytvorte misijnú stratégiu pre váš zbor na nasledujúci rok-dva. Ak už nejakú máte, skontrolujte ju a urobte akékoľvek potrebné zmeny.

[Tip: Použite akýkoľvek formát, ktorý považujete za užitočný. Môžete realizovať Malphursov nápad na tvorbu plánu služby a použiť jeho príklad detailného plánu služby. Alebo môžete použiť osnovu na nasledujúcej strane ako všeobecnú pomôcku. Alebo môžete prísť s niečím vlastným. Formát nemá zásadnú dôležitosť, prospešný je proces plánovania.]
 - Pre iné skupiny: vyberte si jednu vec, projekt alebo službu, za ktorú ste zodpovedný, a vytvorte misijnú stratégiu pre nasledujúci rok-dva. Ako pomôcku použite osnovu na nasledujúcej strane.

Misijná stratégia pre *Nejaký komunitný zbor*

Misijný záväzok:

(Misijný záväzok, ktorý ste vytvorili v Téme 6, by mal bez alebo len s drobnými úpravami dobre poslúžiť pre vaše vyhlásenie o vízii. Nižšie je príklad.)

Misiou Nejakého komunitného zboru je slúžiť našej komunite vedením ľudí ku Kristovi, službou starostlivosti o ich potreby, telo, dušu a ducha, aby boli premieňaní na obraz Krista k sláve Boha.

Ciele:

(Zopakujte si rôzne prvky miestnej stratégie pre misiu, ktoré ste študovali v *Témach 7-11*. Navrhnite dva alebo tri konkrétne ciele, ktoré by sa váš zbor rozhodne mal snažiť dosiahnuť a plánovať. Nižšie je príklad.)

Do šiestich mesiacov založiť a udržiavať službu poradenstva v ubytovni pre sociálne slabších na Rovnej ulici v mimoškolských hodinách.

Zdôvodnenie:

(Pri každom celi napíšte stručné vysvetlenie, prečo si myslíte, že je strategickým. Na začiatok vysvetlite, ako sa týka misijného záväzku. Potom uveďte svoje dôvody pre výber tohto cieľa v súvislosti s potrebami a zdrojmi. Pozrite si príklad nižšie.)

Uvedený cieľ sa odvíja od misijného záväzku nášho zboru v tom, že sa snaží reagovať na aktuálne potreby a chce byť vzorom Kristovej lásky k zanedbávanej skupine v našej komunite. Ubytovňa pre sociálne slabších na Rovnej ulici je od nášho zboru vzdialená len dve ulice. Viac ako polovici detí sa medzi 15. a 18. hodinou nemá kto venovať. Podľa úradov len 40 % žiakov z ubytovne dokončí strednú školu. Žiaden iný zbor ani organizácia momentálne službu poradenstva neposkytuje. Traja ľudia v našom zbere o takúto službu prejavili záujem.

Stratégia:

(Premýšľajte o tom, čo a dokedy je nutné spraviť pre dosiahnutie formulovaného cieľa. Vytvorte strategický plán pre jeho dosiahnutie. Pozrite si príklad nižšie.)

- | | |
|----------------|--|
| Do 30. apríla: | Urobiť prieskum zdrojov pre programy poradenstva. Nájsť niekoho, kto vyškolí poradcov. |
| Do 30. mája: | Vybrať miesto pre program poradenstva. Objasniť logistické a právne záležitosti (zdravotná, pracovná a požiarna bezpečnosť, poistenie, atď.) Zabezpečiť financie od zboru. |
| Do 30. júna: | Získať tím 3-4 poradcov a k nim pomocníkov. Dohodnúť sa na približnom časovom programe. |

Do 30 júla: Začať pripravovať tím. Začať robiť reklamu. Naplánovať časový program na ďalší školský polrok.

Do 30. augusta: Odštartovať projekt.

Rozpočet:

(Odhadnite, koľko podľa vás bude stať dosiahnutie vášho cieľa.)

KROK 5: DISKUSIA O TÉME **Čo sa môžeme naučiť jeden od druhého?**

1. Premýšľajte o „Príkladoch zo života“ v *Kroku 1*. Čo Dušanove úvahy prezrádzajú o potrebe misijnej stratégie pre váš zbor? Ako sa môžete vyhnúť Zuzaninej skúsenosti valcovania ostatných, ktorí neboli zapojení do procesu tvorby misijnej stratégie pre váš zbor?

2. Ako nám môže misijná stratégia pomôcť efektívnejšie plniť našu úlohu v misii cirkvi?

3. Diskutujte o rôznych návrhoch misijnej stratégie pre váš miestny zbor alebo vašu službu, s ktorými prišli členovia kurzu.

KROK 6: PRAKTICKÉ ČINY POSLUŠNOSTI

Aké dôsledky vyplývajú z tejto témy?

1. Zopakujte si misijnú stratégiu, ktorú ste vytvorili s ďalšími účastníkmi kurzu. Ak ste vo vašom zbore vedúcim služobníkom, dohliadnite na to, aby sa tieto návrhy preberali na ďalšom stretnutí staršovstva, misijného výboru, pastoračného tímu apod. Urobte všetko pre to, aby impulzy prichádzajúce z tohto kurzu smerovali k formulácii a realizácii reálnej misijnej stratégie pre váš zbor.
2. Zvážte vašu súčasnú úlohu v živote a službe vášho zboru. Prispieva k naplneniu vašej navrhovanej misijnej stratégie? Ak nie, zvážte, aké zmeny by ste mohli urobiť, a zapíšte si jednu, o ktorú sa budete usilovať.
3. Zopakujte si rôzne zmeny, ktoré ste si predsavzali urobiť v *Kroku 6* v Témach 1-11. V ktorých oblastiach ste urobili pokrok? Aké konkrétne zmeny ste urobili? Ako váš dôverník hodnotí vaše napredovanie?
4. Venujte nejaký čas ďakovnej modlitbe za kurz *Misia*, za vášho vedúceho, za dôverníka a spoluúčastníkov. Modlite sa za každého z nich a proste Boha, aby im pomohol urobiť potrebné zmeny k tomu, aby sa stali pripravenými naplniť svoje vlastné úlohy v celkovej misii cirkvi.

Tento študijný materiál a jeho kópie poskytuje slovenský vydavateľ užívateľom bezplatne. Jeho vydávanie však má svoje náklady. Pomôžete nám, ak ako vďačný používateľ tejto lekcie svojim príspevkom podporíte prípravu a vydanie ďalších kurzov. Ďakujeme Vám. Podrobnejšie informácie o podpore na: www.cb.sk/index.php/kniznica/zborova-kola

POZNÁMKY